



[ericsson.com/  
consumerlab](http://ericsson.com/consumerlab)

# 10 大消費者 トレンド 2019

エリクソン・コンシューマーラボ分析レポート  
2018年12月



# 目次

- 06 アウェアラブル
- 07 スマート喧嘩
- 08 スパイアプリ
- 09 強制契約
- 10 スキルのインターネット
- 11 ゼロタッチ消費
- 12 精神の肥満
- 13 環境に優しい私
- 14 デジタルツイン
- 15 5G による自動化社会

## 調査方法について

本報告書は、エリクソンの長年にわたる消費者動向プログラムに基づいた知見をまとめたもので、今年で8年目となります。この分析は主に、ヨハネスブルグ、ロンドン、メキシコシティ、モスクワ、ニューヨーク、サンフランシスコ、サンパウロ、上海、シドニー、東京の5,097人の高度なインターネット・ユーザーを対象に2018年10月に行われたオンライン調査に基づいています。

回答者は、新しいデジタル技術の平均的な使用率が高い、都会の早期導入者というプロフィールを持つ15～69歳の高度なインターネット・ユーザーです。これらのユーザーのうち、47%が少なくとも週に1回バーチャルアシスタント（AppleのSiri、Googleアシスタント、AmazonのAlexaなど）を使用しており、31%が毎週、拡張または仮想現実（AR／VR）を使用しています。

ただし彼らは調査した大都市圏に住んでいるおよそ1億8,300万人のうちわずか3,400万人の市民を代表しており、世界のごく一部の消費者でしかありません。しかし将来の動向を調査する際には、早期導入者プロフィールを考慮することが重要と考えています。

10大トレンドはまた、エリクソン・コンシューマーラボ分析プラットフォームの2017／2018調査データを使用しています。これは50ヶ国における15～69歳のスマートフォンユーザー72,067名を対象にしています。この調査の範囲の方がはるかに広いため、トレンドレポートはマス市場向けと言えます。

## Consumer & IndustryLab について

Ericsson Consumer & IndustryLab は、イノベーションと持続可能な事業開発という面から世界最高レベルの調査、設計思想と知見を提供しています。エリクソンは、コネクティビティに関して、消費者、産業、持続可能な社会の未来を科学的手法を使用して調査し、市場、産業、消費者動向に関する独自の知見を提供します。

我々の知見は、著名な業界団体や世界有数の大学との共同調査も含む、消費者や産業に関する国際的な調査プログラムから得られたものです。エリクソンの調査プログラムでは、毎年40ヶ国以上の10万人を超える個人への聞き取り調査を実施しており、統計的には11億人分の意見に相当します。

すべてのレポートは以下のサイトからご覧になれます。  
[www.ericsson.com/consumerlab](http://www.ericsson.com/consumerlab)

# 自動化社会へようこそ



自動化は私たちの生活スタイルや仕事の仕方を変えようとしています。

テクノロジーはかつてないほど多くの利益を提供しています。人々は品物がより安く、より速く、より便利に、そして追加費用なしで家まで届けられることを望んでいます。

買い物の支払いをその場でしないで済むスーパーマーケット、数秒で身体サイズを測り数分でオーダーメイドの服ができる洋品店、教師のロボット化が進む学校、人間の医師がいない病院、自律走行車、メニューが機械化されたレストラン、人工知能 (AI) によって作られた芸術作品を展示するギャラリー、アルゴリズム作曲家による生演奏。これらは、将来考えられる自動化のほんの一例です。これらの多くはまるでSFの話のように思えるかもしれませんが、すでに現実世界で実現されています。

自動化とは、人の介入や支援なしに実行されるプロセスのことです。デジタル

技術によって急激に自動化が早まり、その範囲も急激に拡大しています。職場ではすでに一般的なこともかもしれませんが、社会全体が自動化されるとどうなるでしょうか。より自動化されたプロセスで構成された人生は、まだ人間的と感じられるでしょうか？そして、すべてがよりスマートで正確で論理的になった時、私たちの個人としての立場はどうなるのでしょうか。

自動化は秩序ある社会の創造に役立ちます。一方で、矛盾した自律プロセスが同時に起こるとき、それはより無秩序な状態を引き起こすかもしれません。

エリクソンの10大消費者トレンド2019では、人々が相反する感情を持っていることが明らかとなりました。調査の回答者の約半数が、良くも悪くもインターネットが日常生活によくあるちょっとした楽しみの多くに取って代わったと

考えています。デジタル技術が社会全体に広がるにつれて、このような希望と恐れが同時に消費者の心に染み渡るでしょう。この予想は衝撃的なものです。そして、近い将来の自動化社会についての消費者の見解こそが、このレポートの主題となっています。

# 10 大消費者トレンド 2019



おかえりなさい、  
楽しく過ごせまし  
たか?



大丈夫ですか?

いいえ!

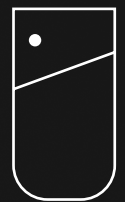
## 01. アウェアラブル

バーチャルアシスタント・ユーザーの60%が、3年以内に私たちの気分を理解するデバイスが主流になると考えています。



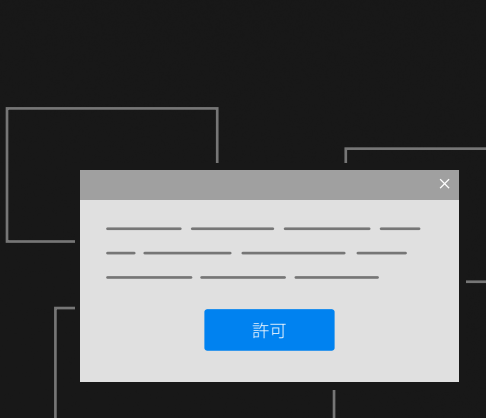
ピザチーム

ハンバーガーチーム



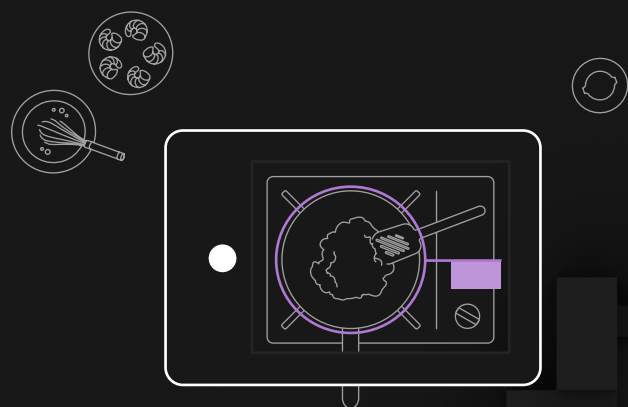
## 03. スパイアプリ

消費者の47%は、アプリを使用していない時でも、そのアプリに自分のデータを収集されていると感じています。



## 02. スマート喧嘩

バーチャルアシスタント・ユーザーの31%は、家庭にあるスマートスピーカー同士がまるで家族がするように喧嘩すると思っています。

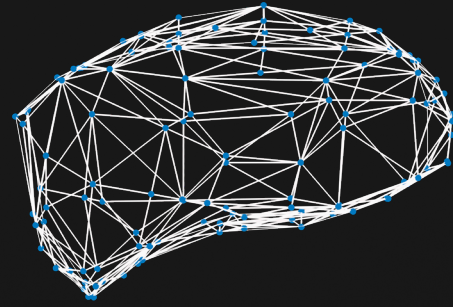


## 04. 強制契約

消費者の51%は、データ収集クッキーを常に許可しなければならないことは不快だと思っています。

## 05. スキルのインターネット

AR または VR ユーザーの半数以上が、現実の日常的作業を仮想ガイドしてくれるアプリ、メガネ、手袋を望んでいます。

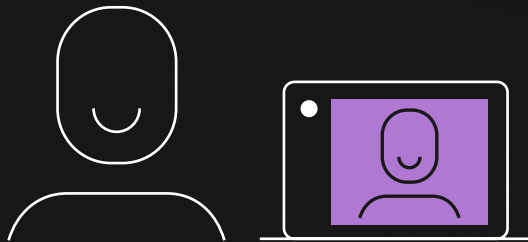


## 06. ゼロタッチ消費

バーチャルアシスタント・ユーザーの約半数が、自動支払いやサブスクリプション、そして自己補充型生活用品を望んでいます。

## 07. 精神の肥満

日々の意思決定がますます自動化されるにつれて、消費者の3人に1人は、思考を訓練するために「マインドジム」に行くつもりです。

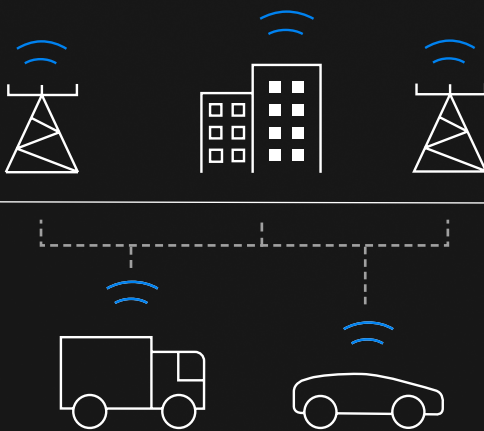


## 09. デジタルツイン

AR または VR ユーザーの 48% が、同時に 2 カ所に存在できるように、自分を正確に模倣したオンラインアバターがほしいと思っています。

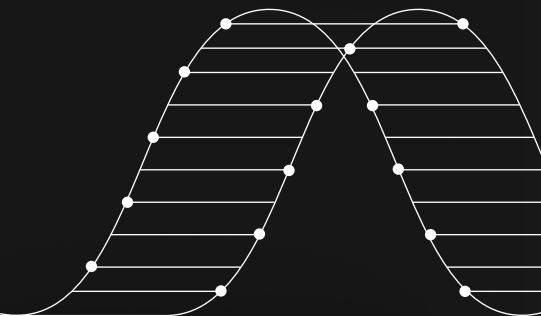
## 08. 環境に優しい私

消費者の 39% が、自分の CO2 排出量を測定するエコスマートウォッチがほしいと思っています。



## 10. 5G による自動化社会

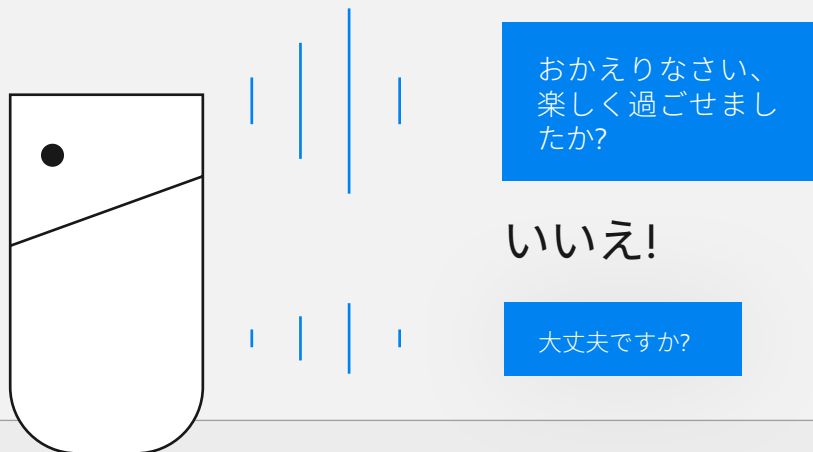
スマートフォンユーザーの 5 人に 1 人は、家電製品や光熱消費メーターなどの IoT デバイスの接続は、5G がより優れていると考えています。





# アウェアラブル

あなたのデバイスはもうすぐ、あなたがデバイスのことを知るより詳しくあなたのことを知るようになるでしょう。



スマートフォンには、自宅の他の何よりも多くのセンサーが含まれている可能性があります。今のところ、顔認識といった高度な技術は、携帯電話のロック解除など、一見単純なことにしか使用されていません。

しかし、スマートフォンがあなたを完全に認識するようになったらどうでしょうか。あなたが何をしているかだけでなく、あなたが何者なのかを。今日、AI はすでに目を見たり<sup>1</sup> 声を聞いたりするだけでその人の性格を理解することができます。

現在電話やスマートスピーカーでバーチャルアシスタント (Google Now、Alexa、Siri など) を利用している人の半数が、スマートフォンが間もなく感情を理解するようになると考えています。そして 42% は、スマートフォンの方が友人よりも自分を理解してくれるようになると思っています。実際 60% の人が、私たちの気分を感知し反応するデバイスが 3 年以内に主流になると考えています。こうなると、デバイスはコマンドではなく状況に従って動作するようになるでしょう。

スマートスピーカーに秘密を伝えそれを他に言ってほしくないと思っています。バーチャルアシスタント・ユー

ザーの 56% が、このような状況で声を潜めるスマートスピーカーを望んでいます。

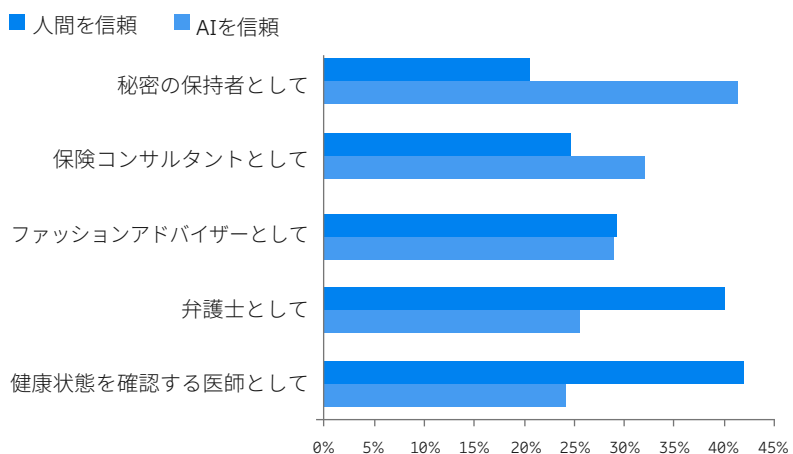
同様に、52% が忙しい時にそれを認識して、通知をブロックしてくれるスマートウォッチを求めています。

さらに 47% は、自分の顔に驚いた表情が浮かんだだけでそれに気づき、ソーシャルメディアの投稿のファクトチェッ

クをしてくれるアプリがほしいと思っています。

デバイスがこのように私たちをよく知っているということは、私たちの秘密も知っているということです。しかし驚くべきことに秘密を守ることに、AI デバイスの方が人間の 2 倍信頼されています。

図1: バーチャルアシスタント・ユーザーの人間とAIに対する信頼度



情報元: 世界10都市のバーチャルアシスタント・ユーザー

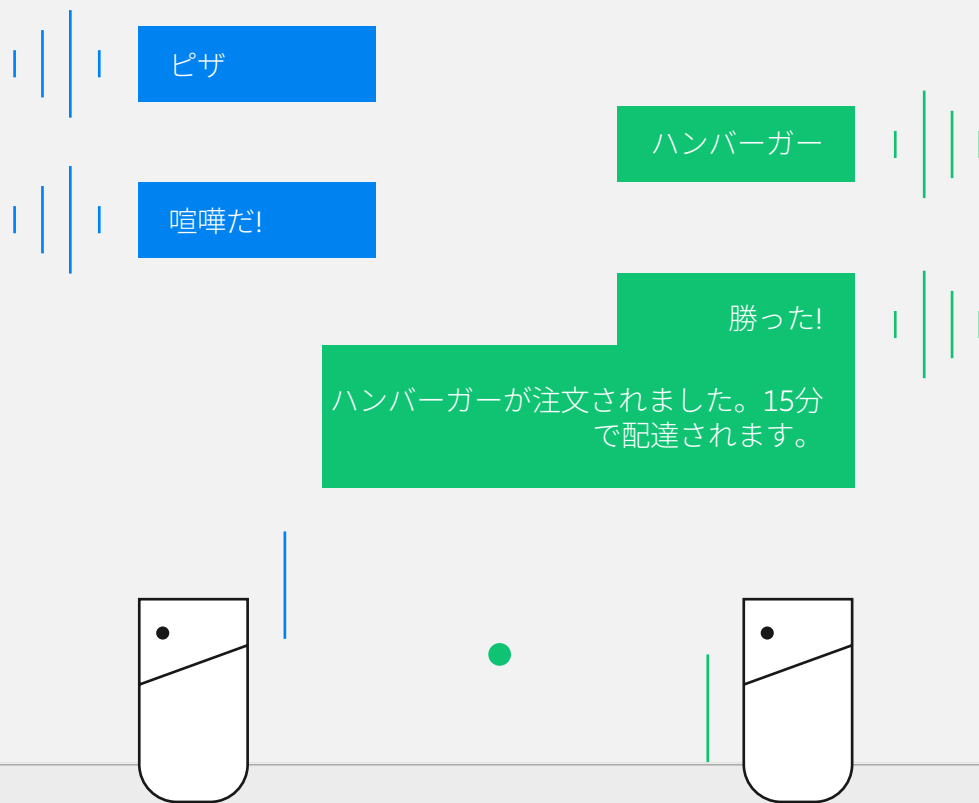
出典: エリクソン・コンシューマーラボ「10大消費者トレンド2019」

<sup>1</sup> [www.frontiersin.org/articles/10.3389/fnhum.2018.00105/full](http://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fnhum.2018.00105/full)

# スマート喧嘩

バーチャルアシスタントは、家族同士がするように喧嘩するかもしれません。

夕食は何にしよう?



家庭生活には、異なる意見をめぐる小競り合いや些細な言い争いがよく見られますが、これはバーチャル・アシスタントの行動にまで及ぶ可能性があります。

Alexa、Google アシスタント、Siri など、異なるバーチャルアシスタントを自宅のさまざまなデバイスに入れるとどうなるでしょう。

調査したバーチャルアシスタント・ユーザーの47%が、アシスタントによって異なる答えを出すと考えています。実際、41%は、カップルが相性の良いアシスタントを持つことが重要だと考えています。

しかし、異なる答えを出したアシスタントは本当に喧嘩するのでしょうか。人々が人前でぎくしゃくした関係について話さない傾向があるのと同じように、自宅のデバイス間で起こる喧嘩についても人々は話をしたくないかもしれません。それは家に緊張感をもたらし、本当の家族同士の喧嘩まで引き起こす可能性があります。

家庭内のバーチャルアシスタントが家族のように互いに喧嘩をし始めると考えているのはわずか31%ですが、66%はこのような家族の光景が今から3年後に一般的になると考えています。

**47%**

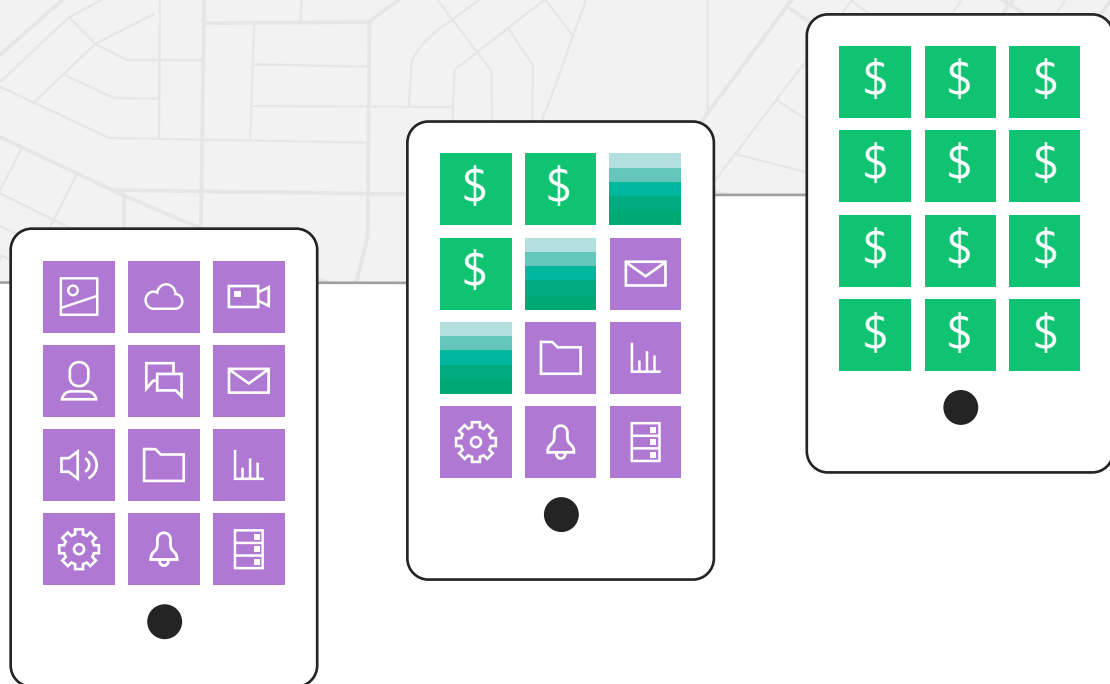
バーチャルアシスタント・ユーザーの47%が、アシスタントによって異なる答えを出すと考えています。

**41%**

41%が、カップルが相性の良いアシスタントを持つことが重要だと考えています。

# スパイアプリ

多くの人が、使用しているアプリが常に自分たちをスパイしていると感じています。



特定の製品について話しているだけで関連する広告が表示された、ということの人々が話しているのをよく聞きます。アプリが会話を聞いているという具体的な証拠はほぼありませんが、誰しも似たようなことを経験したことがあるはずです。

結果、誰かに常に監視されているという感覚は、振り払うことがほぼ不可能となってきました。実際、回答者の47%が、使用されていない時でも、人気のあるアプリの多くがカメラ、マイク、位置情報を使用して日常の行動に関するデータを収集していると考えています。

また、多くの人は自分たちが利用され

ているとも感じています。52%もの消費者が、人気のあるアプリは利益を得るために必要以上に多くのスマートフォンデータを収集していると考えています。そのため、半数以上の消費者が、サービスや製品を選択する際に個人データを悪用する企業を避けるようにしています。それでもまだ、半数以上がアプリが許可なく企業に個人データを売り渡すのではないかと心配しています。

その結果、59%が、世界共通の個人データを保護する規則が必要だと答えています。社会のデジタル化が進むにつれて、個人情報の保全性の問題は今後大きくくなっていくでしょう。

## 52%

消費者の52%が、人気あるアプリは利益を得るために必要以上に多くのスマートフォンデータを収集していると考えています。



# 強制契約

「クッキーを許可しますか」に「はい」をクリックすることが、新しい強制的娯楽となりました。



人々の情報収集をしたがるウェブサイトが増え、インターネットの閲覧は本当に面倒なものとなりました。ユーザーのデータと完全性を保護するというEUのイニシアチブは消費者の利益を念頭に置いています。企業が消費者に個人データへの権利を放棄させようとする世界的な流行を引き起こしました。

この結果、消費者は疲労してしまいました。半数以上が、すべての企業に共通の標準化された規約により、消費者が自分の個人データをどのレベルまで使用していいか選択できるようにすべきだと考えています。クッキーやデータ収集を常に承諾しなければならないことが特に

気にならないと答えているのは8%だけで、51%は不快感を抱いています。

消費者に同意をそそのかすことは、実は逆効果なのかもしれません。我々の調査では消費者の46%が、多くのことに同意しなければならないことにより、同意が強制的で意味のないものになると答えています。むしろ不信感を生み出しているだけと言えます。

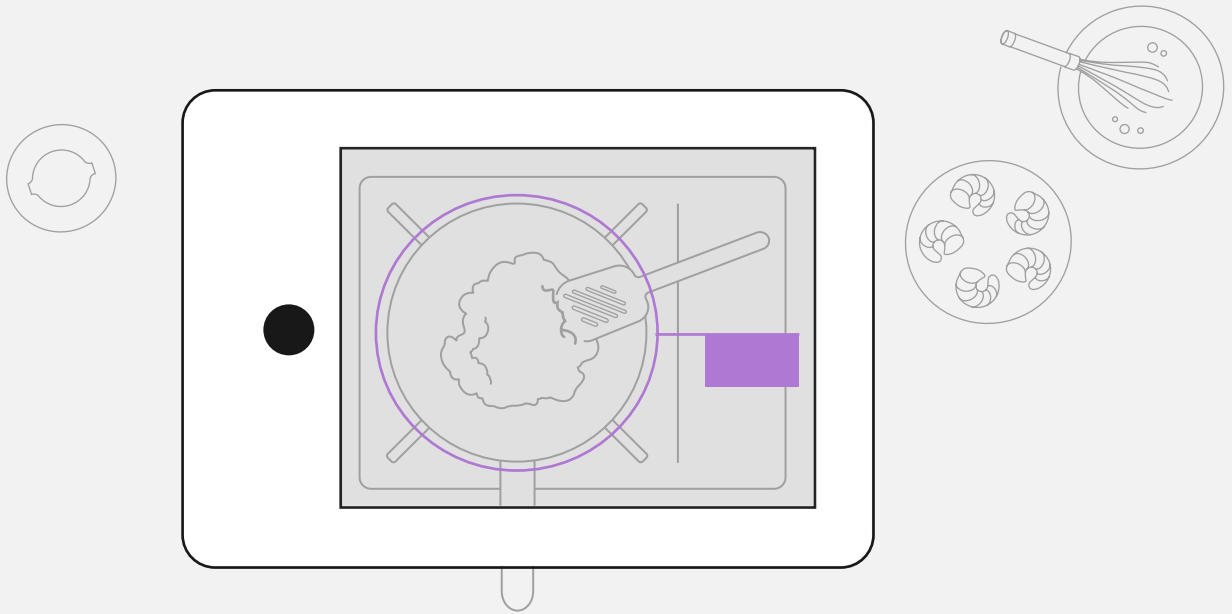
この背景にあるビジネスモデルは主に、個別の広告を各ユーザーに提供することです。しかしそれ自体が問題になっており、49%が、Webページを閲覧しようとするためまず広告が表示されるのを待たなければならないと回答しています。こ

れは、インターネットが壊れてる？という疑問を呼び起こしてしまいます。

実際、47%がインターネットには広告を超える新しいビジネスモデルが必要だと考えています。また、42%の人が、インターネットが再び社会のためになるには、インターネットは根本から変わるべきだと回答しています。

# スキルのインターネット

AR / VR を用いて現実を模擬することで、ほとんどのことを即座に習得することができます。



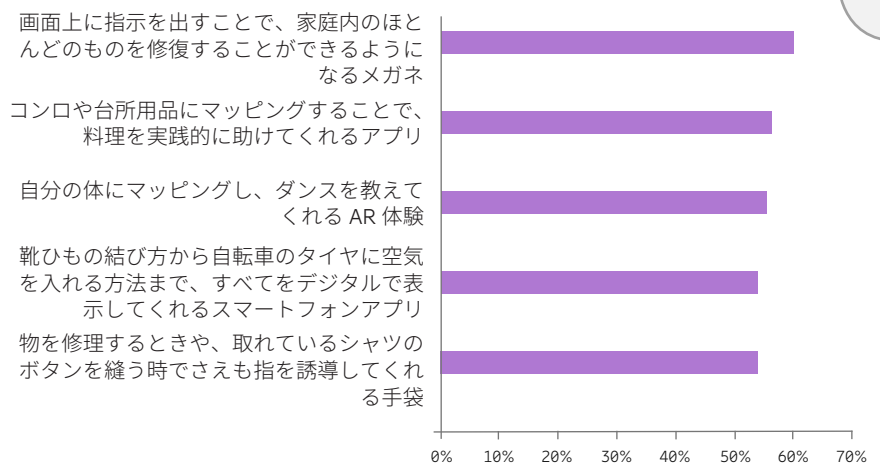
インターネット利用の増加に伴い、物理的なことの理解が徐々に減少していることが、人々に影響を及ぼし始めています。起動するアプリやスワイプする画面がない時、何をしたらいいのかわかりません。回答者全体の約半数が、インターネットに時間を費やしすぎている人は、実生活の簡単なことでさえもそのやり方を忘れてるように見ると答えています。

しかしインターネットは今、文字通り、物理的な世界に足を踏み入れようとしており、たとえ今までハンマーを使ったことがなくても、その壊れた椅子を修理できるようにしてくれます。あるいは、普段はインスタントラーメンすらうまくできなくても、最高においしい料理を作れるようにしてくれます。

今までやってきたことのないことをする時に、対話してあなた向けの指示を出してくれる YouTube 動画を想像してみてください。AR / VR ユーザーの 82% は、このような指導方法がたった 3 年以内に主流になると考えています。

しかし、AR と VR はそれ以上の可能性を秘めています。60% は、画面の上の

図2: ARまたはVRユーザーが関心あるサービスの割合



情報元: 世界10都市のARまたはVRユーザー  
 出典: エリクソン・コンシューマーラボ「10大消費者トレンド2019」

指示で何でも修理できてしまうメガネがほしいと思っています。

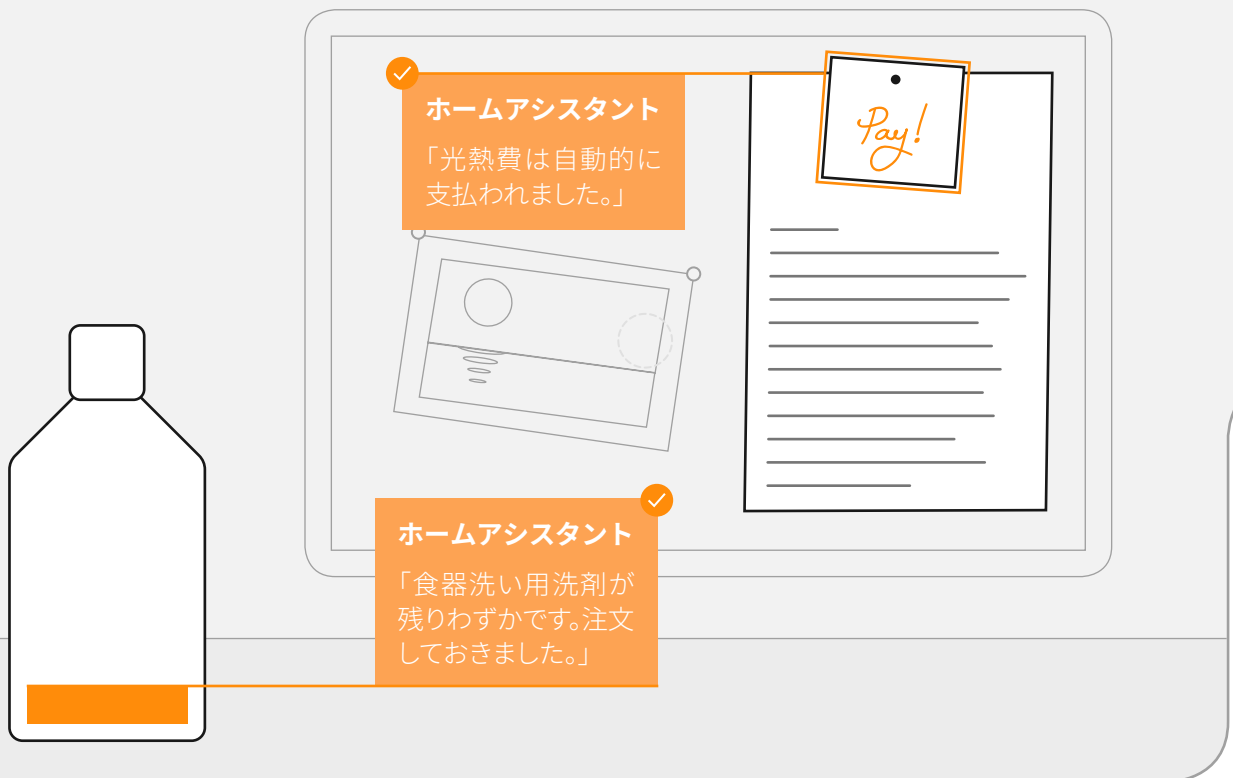
そして 56 パーセントは AR の指導で踊り方を習いたいと思っています。

手元のいかなるタスクにもデジタル的

に適應する指示がオンデマンドで利用可能になると、スキルのインターネット全体が創造されていくでしょう。

# ゼロタッチ消費

バーチャルアシスタント・ユーザーは、消費にまつわる多くの退屈な部分を完全に自動化したいと思っています。



ショッピングとは、刺激的で、社会的、そして楽しいものです。しかし毎日行わなければならない雑用でもあります。そうしないと夕食の材料が冷蔵庫にない状態になります。

人々は人生の退屈な要素を自動化する新しい技術をますます期待しており、その面白いことにもっと時間を費やすことができるとしています。たとえば、すべての人が食料品を買いにスーパーマーケットに行くことを刺激的と感じるわけではありません。バーチャルアシスタント・ユーザーの49%が、一般的な家庭用品の補充を自動化したいと考えています。

ガス、電気、水道の請求書を見て期限内に支払うことも、55%が自動化したいと思う面倒な作業です。実際、47%が税務申告を含むすべての家計を処理するバーチャルアシスタントを望んでいます。

アシスタントは故障しても自分で自分を直せるくらい賢いかもしれません。52%は、バーチャルアシスタントが家電製品の保証修理を管理することを望んでいます。

このような家事の自動化の中には少し異質に見えるものもあるかもしれません。なぜなら人間は依然として最終的な受益者であると考えているからです。しかし、人間の介入を伴わないゼロタッチ消費は、私たちが考えるよりも早く起こるかもしれません。実際、現在のバーチャルアシスタント・ユーザーの10人に7人が、このような自動消費はわずか3年で一般的になると考えています。

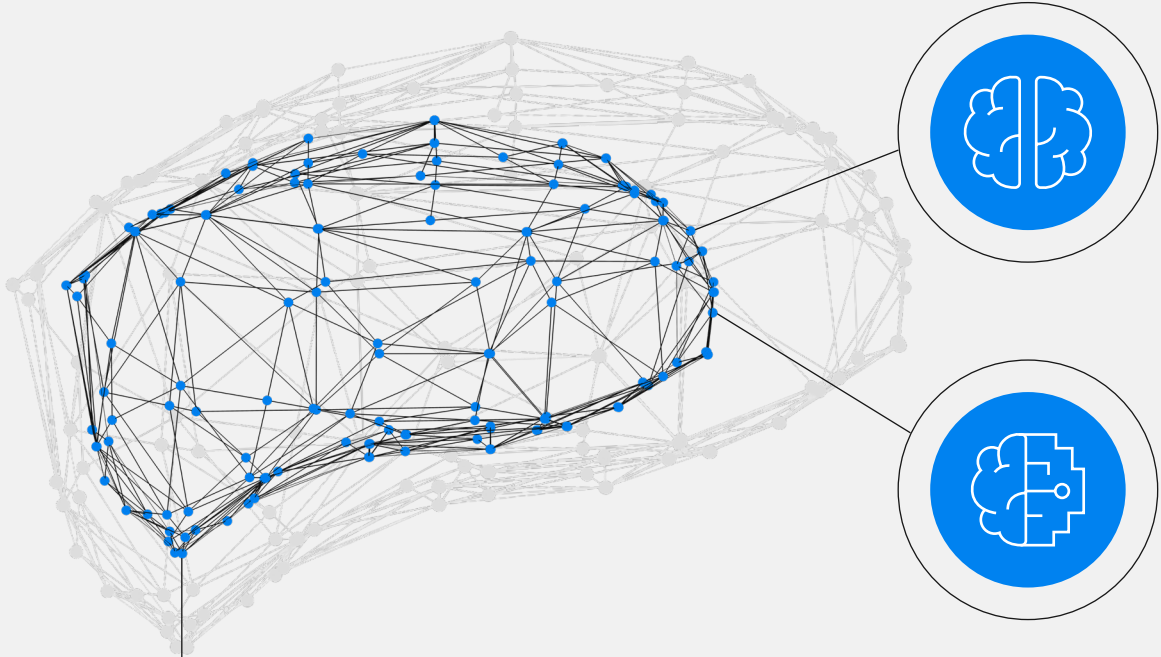
## 47%

47%が、税務申告を含むすべての家計を処理するバーチャルアシスタントを望んでいます。



# 精神の肥満

意思決定の自動化は、私たちを精神的に怠惰にするかもしれません。



トースト、それともシリアル? デジタルデバイスに助言を求めることなしに、朝食に何を食べるべきか決められないとしたらどうでしょう。

バーチャルアシスタント・ユーザーの34%が栄養士としてのAIを信用しており、人間を信用するのはわずか25%であることを考えると、これは現実となるかもしれません。

正しい食事をすることで気分が良くなりますが、このような決定の自動化で、自分がどのように感じているのかわからなくなるかもしれません。実際、57%が自分が気づく前に病気になったことが分かるスマートフォンを望んでおり、54%が自分が気づく前にストレスを受けていることを感じるとスマートウォッチがほしいと言っています。

これによって、理由も知らずに診察を受ける人が出てくるのでしょうか。43%は、病院、歯医者、美容院にいつ行くべ

きかを決めてくれるバーチャルアシスタントを望んでいます。

スクリーン時代である今、私たちは動く必要がなく、怠惰になりました。望むものはただクリックするかスワイプするだけで事足りてしまうので、多くの人は十分に体を動かすことがありません。しかも、この怠惰が心にまで広がり始めているかもしれません。日常生活の多くの分野でデジタル意思決定支援が行われていくことで、消費者の3分の1はバーチャルアシスタントによって人々が自分の意思決定の仕方を忘れるようになると思っています。

実際、34%はバーチャル・アシスタントの使いすぎにより批判的思考が消えるとすでに考えています。また、消費者の31%は思考を訓練するために「マインドジム」に行く必要がでてくだろうと予想しています。

## 31%

消費者の31%は、思考を訓練するために「マインドジム」に行く必要がでてくだろうと考えています。

## 環境に優しい私

自己認識とは今、あなたの環境への影響を最小限に抑えることを意味します。



バイタルサインをモニターするという考えは、スマートフォンが主流になって以来ずっと世間の注目を浴びてきました。しかし、第1世代のウェアラブルが消費者の高い期待に応えられなかったとき、自分を定量的に計測することへの関心もまた影響を受けました。今やウェアラブル技術は成熟し、関心が戻ってきています。ただし多少変化があります。今の健康で安心な状態とは、カロリーについてと同じだけ、CO2についてでもあります。

人々はますます自分の健康を健康な環境に関連づけようとしています。その結果、回答者の39%が、毎日の二酸化炭素排出量を測定するエコスマートウォッチがほしいと思っています。

しかし、認識することと、それに対して行動することは別の話です。ここで自動化の出番です。たとえば、10人に4人が、室内温度と水の使用を環境的に最適化するバーチャルアシスタントがほしいと思っています。

その他の場合では、行動を控えることがより重要となります。したがって、75%は環境への影響を軽減するために、物理的な通勤ではなくデジタルな通勤が5年以内に主流になると考えています。私生活も同様に変わっていくでしょう。78%は、同じ5年間で、物理的な休日の代わりにVRの休日が環境上の理由から主流になると考えています。

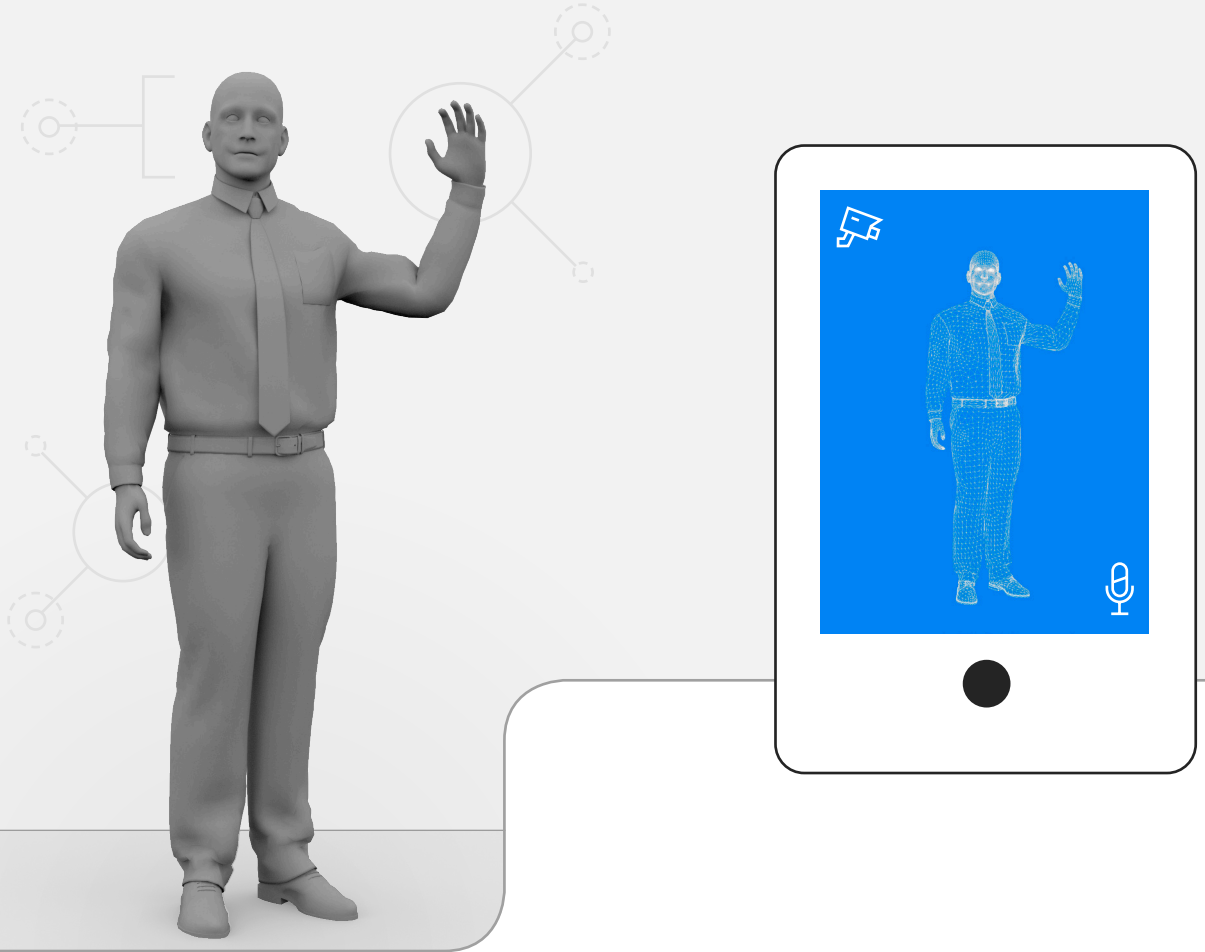
これにより、デジタル休暇のお土産の

登場や、物理的なものと比較したデジタル商品の地位向上が必要となるかもしれません。

買い物の習慣も急速に変化させる必要があります。68%の人が、今後3年以内に、バーチャルアシスタントのおかげで環境に大きな影響のある製品をほぼすべての人が避けるようになるだろうと考えています。また、約半数が、環境に優しい方法で買い物や通勤をするとボーナスポイントがもらえるデジタル・エコ通貨を支持すると言っています。

# デジタルツイン

アバターによって同時に2箇所が存在できます。



2つの場所に同時に存在することは魔法のように思えるかもしれませんが、実際すでに日常的に経験していることです。たとえば電話をかけるとき、私たちは物理的にはある場所にいますが、精神的には別の場所で会話をしています。これはチャットやゲームなど、インターネット上の多くの状況にも当てはまります。

しかし、アバターがますます本物らしくなるにつれて、私たちがどこか特定の場所にいることを他の人が判断するのは困難になるかもしれません。実際、AR／VRユーザーの48%が、アバターの顔を自分の顔にとてもよく似せられるため、鏡で見るのと変わらなくなると考えています。これは普通の人々だけの話ではあ

りません。47%が、政治家や著名人が本物なのか、デジタルアバターが彼らのように振舞っているだけなのかを判別するのは難しいだろうと予測しています。

何が本物で何がデジタルなのかをこのようにぼやけさせることには、いくつかの利点があります。約半数が、職場や学校、社交場の集まりなど、さまざまな場所で同時に自分の代わりをするアバターが欲しいと思っています。

しかし46%は、自分のアバターが違法な行為をした場合に責任を負うことに不安を抱えています。多くの人が偽のアバターが身分証明を盗むことができると考えているため、このようなケースは危険になります。

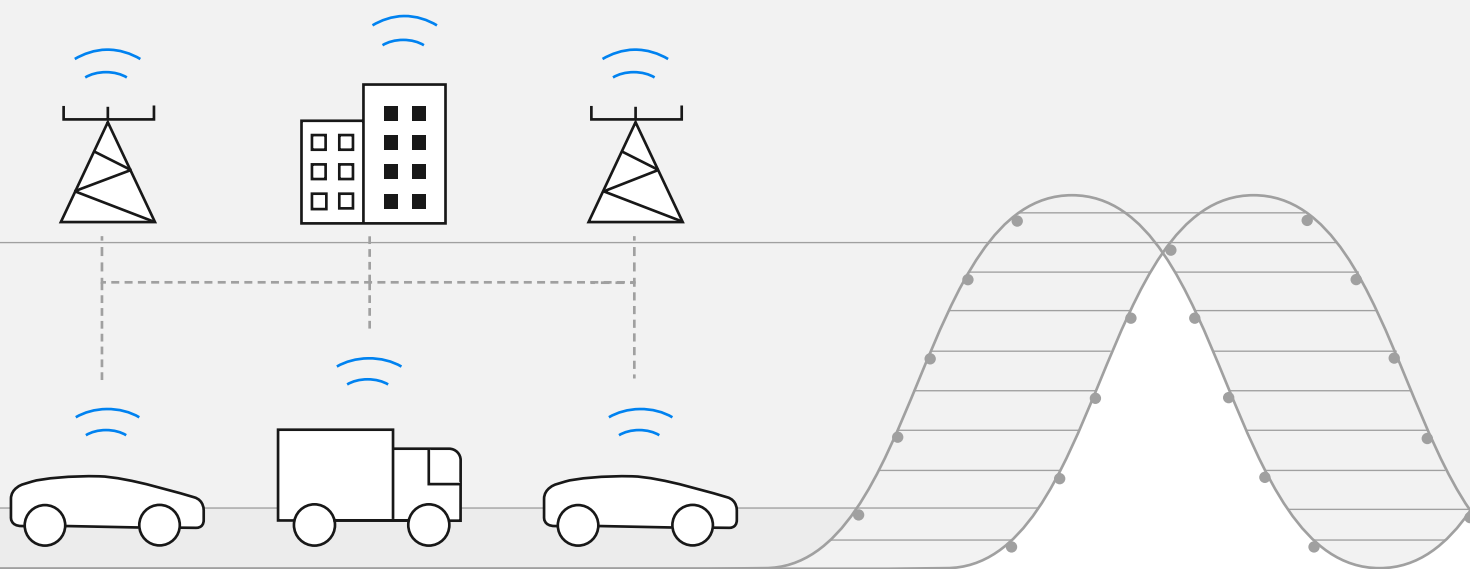
アバターが私たちの真のデジタルツインになるまでには長い時間がかかるかもしれません。しかし結局のところその方向に進んでいるかもしれません。49%がやがて顧客サービスとサポート機能は人間ではなくアバターだけになると思っています。今日その分野ではすでに自動化に大きな焦点が当てられています。

そしてAR／VRユーザーは、本物そっくりのアバターがもうすぐ出現すると思っています。半数以上が、たった1年以内にアバターはオンライン会議で一般的に使用されるだろうと考えており、同じくらいの数の人がこのようにアバターを使用したいとすでに考えています。



# 5G による自動化社会

世界中のスマートフォンユーザーは、5G が社会のインターネット・インフラストラクチャに大きな影響を与えると予想しています。



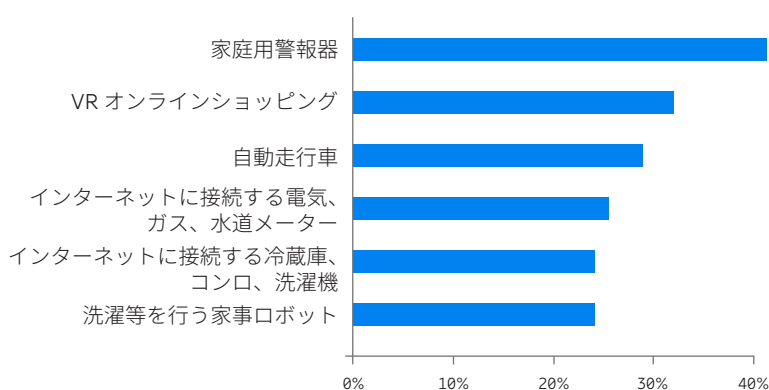
50ヶ国にわたるスマートフォンユーザーは、日常生活のさまざまな分野を変化させ自動化することに対して、5Gに大きな期待を抱いています。アップグレードしたモバイルネットワークによって最も恩恵を受けられるのは通信ですが、スマートフォンユーザーは、5Gがさまざまな形で自動化をサポートするだろうと思っています。

37%が5Gが家庭用警報器が改善されると予想しているだけでなく、23%が自動走行車にもメリットがあると考えています。5人に1人は、電気、ガス、水道メーターと同様に、冷蔵庫、コンロ、洗濯機など、5Gによって多くのIoTデバイスがさらに便利になるだろうと予想しています。

世界中のスマートフォンユーザーが、AR/VRアプリケーションもまたさらに進歩するであろうと考えています。具体的には、32%がVRショッピングが5Gの恩恵を受けると答えており、21%は5GによりAR/VRヘッドセットの一般的なモバイル使用ができると期待しています。

そのようなサービスがマス市場に届くには、5Gは消費者に共鳴する象徴的な

図3: 最も5Gの恩恵を受けると消費者が思うサービス



情報元: 50ヶ国の15～69歳のスマートフォンユーザー 72,067名  
出典: エリクソン・コンシューマーラボ分析プラットフォーム (2017 / 2018年)

デバイスが必要となるでしょう。iPhoneがモバイルインターネットを定義づけたとすれば、AI電話はIoTデバイスのインテリジェントハブになることで、マスコートメーションを定義づけるかもしれません。

実際、都市部の早期導入者研究の回答者は、AI電話を、12種類の未来志向型デバイスの中で、世界中の人々が最も購入するハイテクなデバイスであるとラン

ク付けしました。

さらに、回答者は自動走行車を第2位、AR電話を第3位、スマートメガネを第4位にランク付けしました。これらはすべて、ますます自動化される未来に向けたデバイスです。

とはいえ、象徴的な製品は概してその分野の初物なので、次の時代を実際に定義する5Gデバイスはなお私たち全員が驚くようなものかもしれません。

エリクソンは、コネクティビティから最大限の価値を創造する通信サービスプロバイダーをお手伝いします。ネットワーク、デジタルサービス、マネージドサービス、新しいビジネスにわたるポートフォリオを持ち、お客様のデジタル化、効率向上、新たな収益源の発掘をお手伝いします。エリクソンのイノベーションへの投資は、電話とモバイルブロードバンドのメリットを世界中の何十億もの人々にもたらしてきました。エリクソンは、ストックホルムとニューヨークのナスダックに上場しています。

[www.ericsson.com](http://www.ericsson.com)